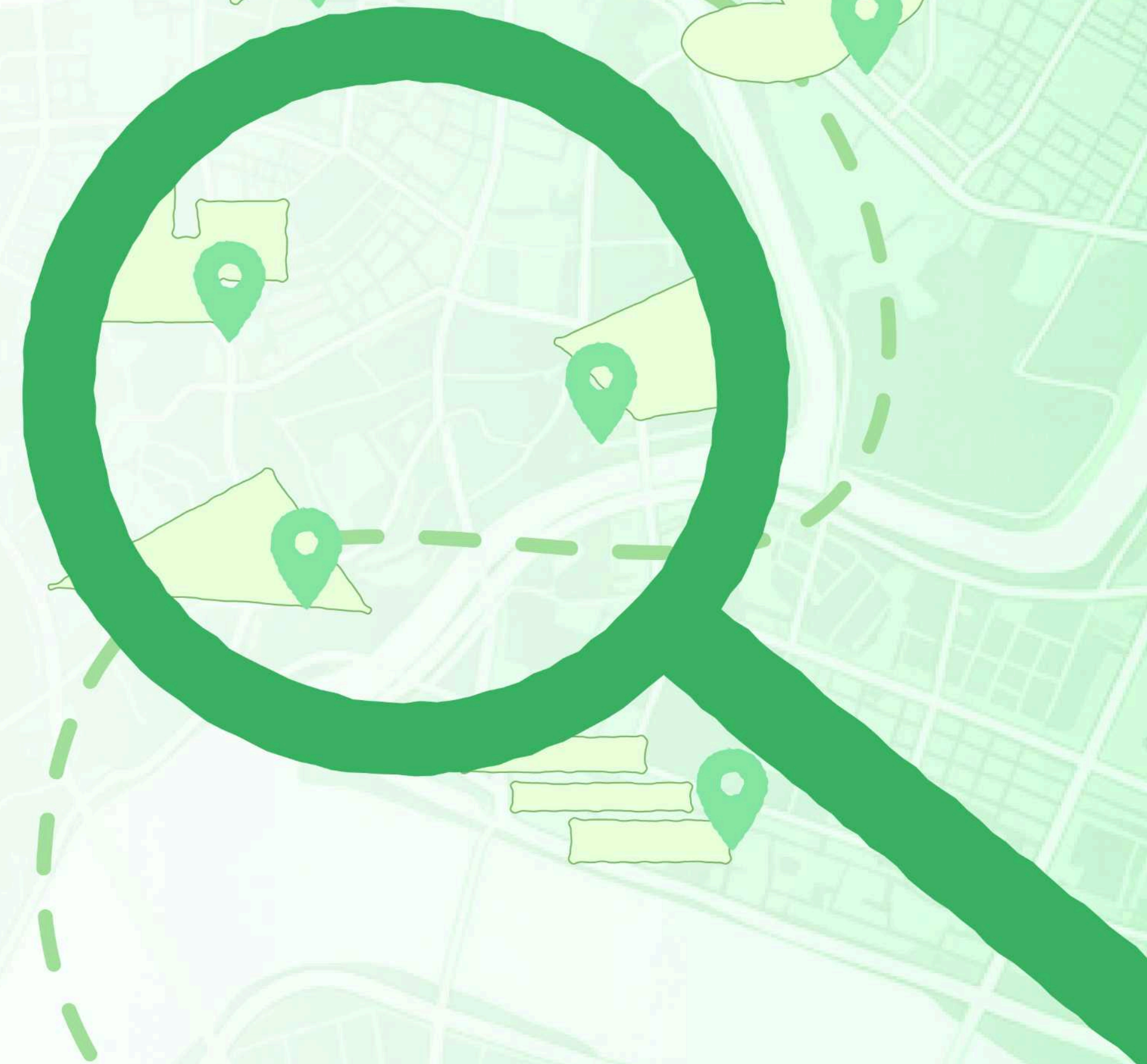




SH와 함께라면 주거불안과의 이별이 쉬워진다!

청년에게 안정적이고 품격 있는 주거 선택지로 거듭날 SH 주거 불안 이별 캠페인 제안서



Background

청년세대에게 주거란? 더이상 ‘삶의 안정’이 아닌 청년세대의 주거에 대한 인식

“ 집주인이 매년 월세를 올리고 있는데,
마땅히 이사갈 곳이 없어서 연장할 수밖에 없었습니다. ”

- 직장인 박모씨(26·여)

“ 집주인이 현관 도어락의 마스터 번호를 사용해 집에 침입하려 한 적이 있는데,
언제 또 집주인이 찾아올지 몰라 두려워요. ”

- 대학생 오모씨(24·여)

“ 매달 60만원을 월세로 지출하고 있어 부담이 크다,
전세 계약을 하기에는 전세사기가 걱정된다. ”

- 대학생 박모씨(24·여)

“ 한 곳에 오래 정착하고 싶어요.
계속 이사하는 일이 힘듭니다. ”

- 대학생 이모씨(23·남)

“ 생활비, 자격증 시험 응시비, 관련 학원 수강비 등
취업 준비를 위해 돈이 많이 드는데 월세까지 높아 부담이 돼요. ”

- 취업준비생 황모씨(25·남)

“ 월세가 저렴한 자취방에 가면 안전이 우려스럽고,
신축 오피스텔에 가려면 학생 신분으로 감당하기 힘든 비용이 든다. ”

- 취업준비생 조모씨(26·여)

“ 3개월 전에 집주인에 퇴거를 통보했는데, 세입자가 구해져야
보증금을 돌려줄 수 있대요. 보증금을 받지 못할까 봐 걱정이에요. ”

- 직장인 최모씨(29·남)

이제는 일상화된 청년세대의 '주거 불안' 이러한 주거 불안의 본질은, 주거 통제권 상실에서 비롯되고 있었다



출처: 한국보건의사회연구원 (2024)

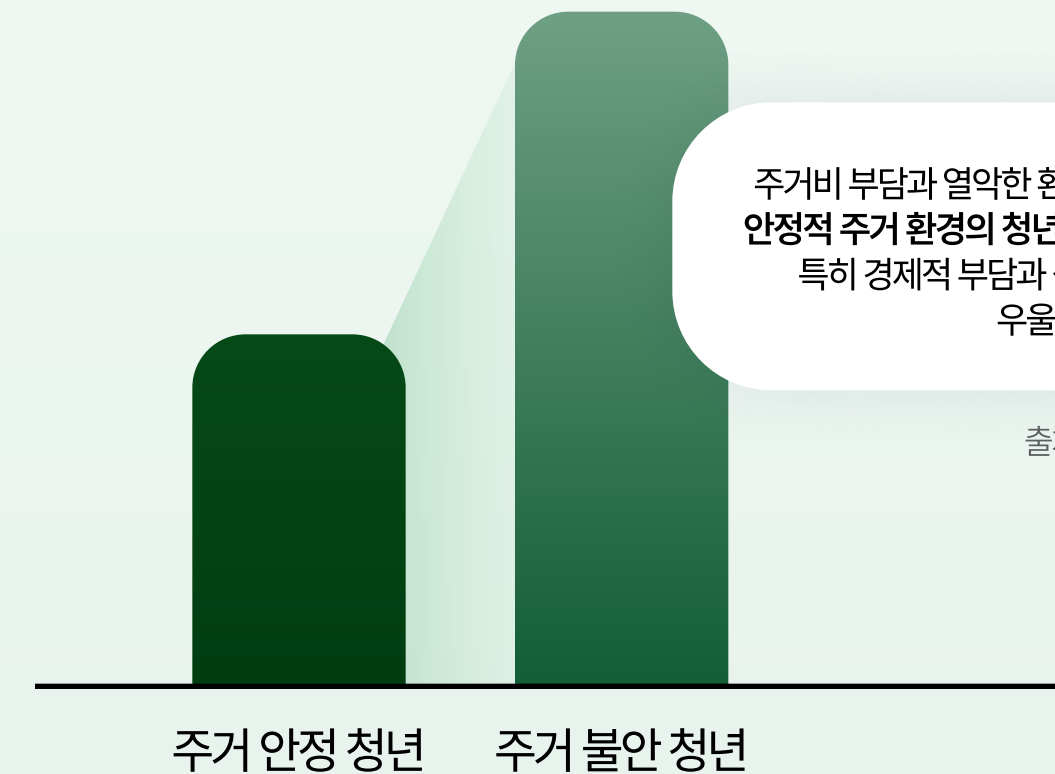
월세, 전세 중심의 높은 주거비 부담

전세 사기 등 이사 과정에서의 계약 문제

집주인 중심 구조에서 발생하는 심리적 종속감

'나'가 아닌 타인에 의해 통제되는 주거 결정권

주거 불안 청년, 우울감 2배

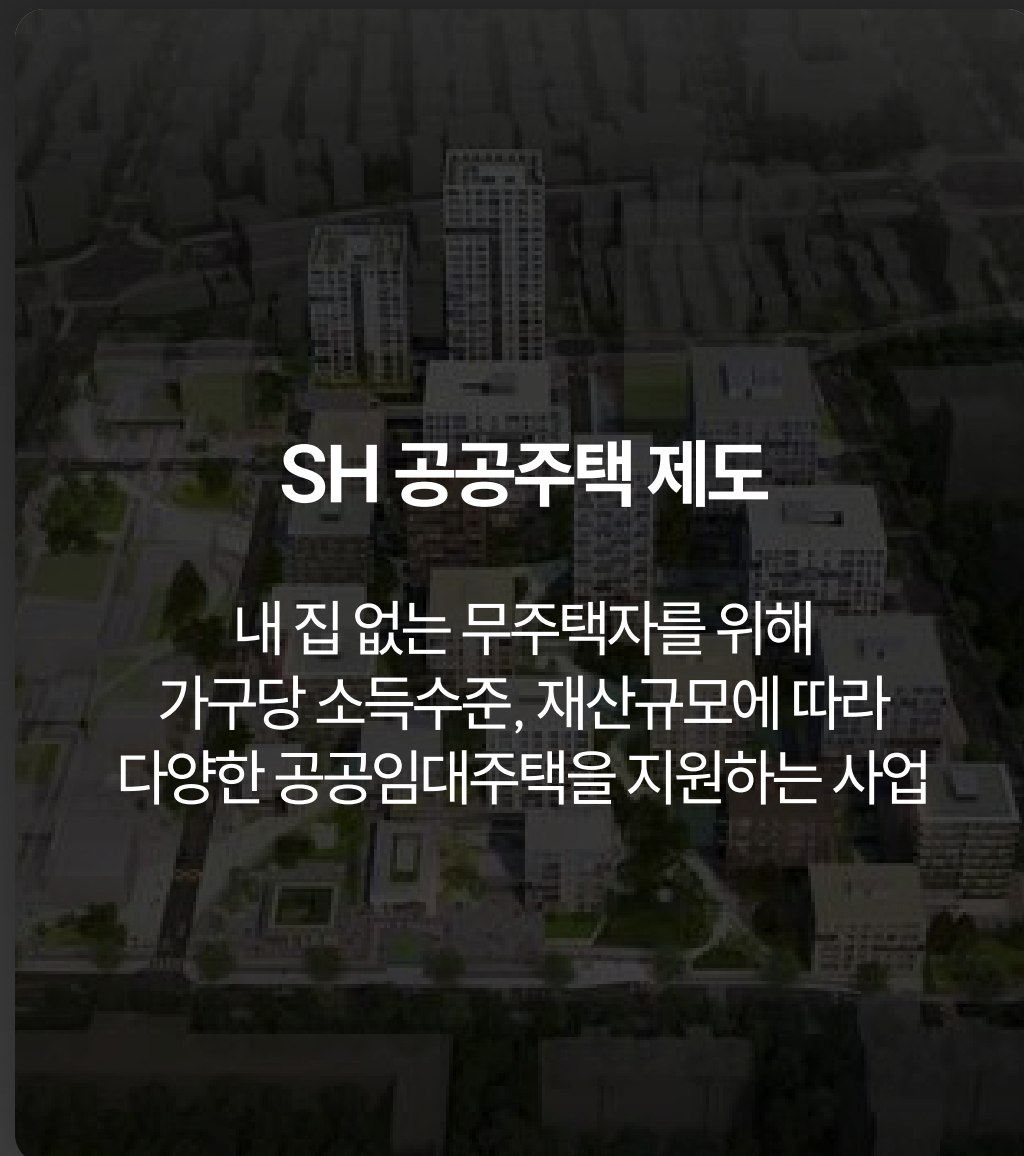


주거비 부담과 열악한 환경, 계약/이사 불안을 겪는 청년은 안정적 주거 환경의 청년보다 우울 수준이 약 2.1배 높았다. 특히 경제적 부담과 심리적 불안정이 함께 존재할 때 우울감이 가장 컸다.

출처: 한국식품커뮤니케이션포럼 (2025)

Problem

여기서, 이들의 주거 통제권을 회복시켜줄 수 있는 최적의 대안인
‘공공주택 제도’



출처: 서울주거포털 (2026)

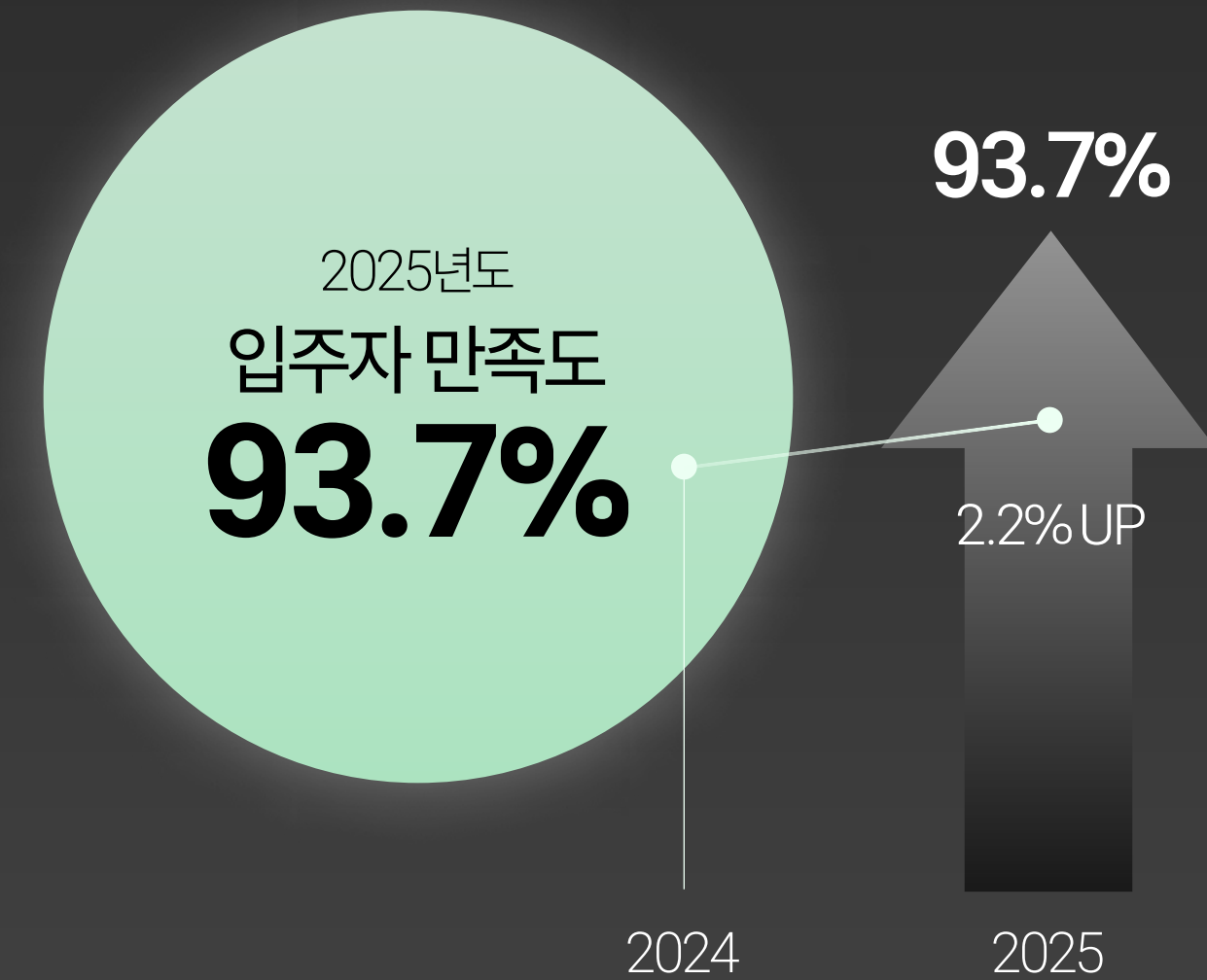
시세 대비 저렴한 임대료로 낮춘 주거비 부담

공공기관 계약으로 보장되는 안전한 입주 과정

장기 거주가 가능한 안정적 임대 구조

SH를 통해 확보되는 주거 통제권

SH 청년안심주택 입주자 만족도



출처: SH 청년안심주택 입주자 만족도 조사(2025.12)

그러나 청년세대에게 공공주택은 불안을 해결할 수 있는 실제 선택지로 이어지지 못하는 상황



서울 청년 가구의 90%가 임차로 거주,
그 중 4.3%만이 공공임대주택 거주

출처 : 서울특별시청 보도자료 (2026.03)

Q. 주거 불안을 해결하기 위해 어떤 조치를 취했나요?

"참고 견딘다" 95%

제가 할 수 있는 게 딱히 없는 것 같아서..
제 집도 아니라 참을 수밖에 없어요.

입주자면 어쩔 수 없는 을의 입장인데,
별 수 있나요. 그냥 가만히 있어야죠.

사회가 이러니
그냥 받아들일 수밖에 없는 것 같아요.

제가 바꿀 수 있는 건 없는 걸요.
당장 지낼 곳이 없으니 그냥 참는 것 같아요.

Problem

그 이유는, 청년들이 가진 공공주택에 대한 인식에서 찾아볼 수 있었다

소비자 전환 경로

인지

행동

소비자 장벽 발생 지점

높은 경쟁률

높은 경쟁률로 인한 심리적 위축
→ 지원 시도 포기

실제 조건·혜택·절차가
뭔지 잘 몰라요

신청 과정이 복잡해서
하다가 포기했어요

경쟁률이 너무 높아서
어차피 떨어질텐데요

정보 부족

'제도'라는 표현의 심리적 장벽
→ 정보 탐색 시도 X

절차 복잡성

신청 절차에 대한 피로감
→ 신청 과정 도중 이탈

Q. 공공주택 제도, 들어보셨나요?

들어본 적 있다 **92%**

들어본 적 없다

N = 청년 1인가구 210명 (2030 M/F)

공공주택 제도의 '존재'는 알고 있는 청년세대

N = 청년 1인가구 10명 (2030 M/F)

조사 방법 = 비대면 IDI

*1) 공공주택 신청 시도 경험 여부 + 2) 신청 포기 이유 [포리 질문]

이러한 인식의 근본적 원인, SH의 '결과' 중심 커뮤니케이션 방식

SH의 커뮤니케이션 방식

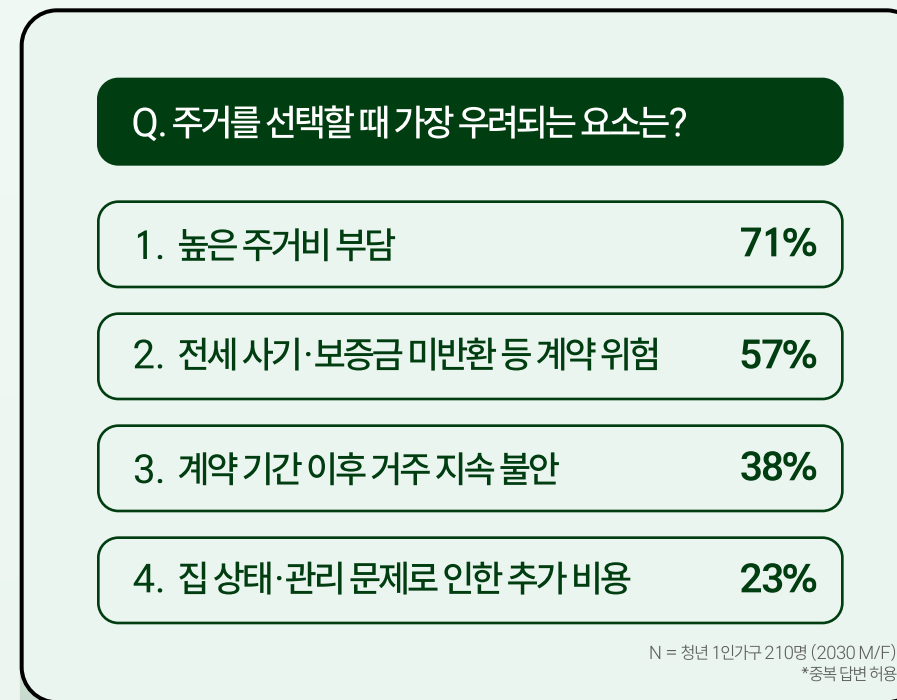
SH 공급자

결과 중심

청년세대의 주거 선택 과정

청년 수요자

과정 중심



Pain Point
불안을 떠안은 채로
주거 선택 반복

주거 불안을 줄여줄
안전한 주거 선택 니즈

주택 제공·공급

- 유튜브 채널 -

- 고민 상담형 콘텐츠: 입주 전 주택 정보 비교, 입주 전 주택 정보 비교 어려움, 주택 정보 비교, 공고 확인방법 안내
- 정보 제공형 콘텐츠: 입주자 모집 공고, 공급 일정 정리

- 인스타그램 채널 -

- Q&A 콘텐츠: 청약 Q&A, 청약제도에 대한 별도의 특별공급이 있나요?, 장기전세주택의 임대보증금도 어떻게 되나요?
- 공고 안내형 콘텐츠: 입주자 모집 공고, 2025년 기존주택 정비사업 입주자 모집 공고 전달, 서울 강남 입주 혜택, 입주 형태 안내

그러나 청년세대에게 필요한 것은,
주거 불안 해소까지 함께하는 '과정' 중심 커뮤니케이션이다

Solution

따라서 SH는 공공주택을 '좋은 집'으로 보여주는 기관을 넘어,
청년의 곁에서 주거 통제권 회복을 돕는 파트너로 재정의되어야 한다

AS-IS

주택을 제공/공급하는
일방향적 공급자 SH

TO-BE

주거 불안 해소 과정을 함께하는
안심 주거 파트너 SH

주거 불안을 해소할 수 있는 확신 있는 선택지로 거듭나기 위해
SH가 새롭게 던져야 할 메시지,



주거 통제권을 회복하고, 삶의 안정을 경험하기 위해
“ 이제, 주거 불안과의 이별은 쉬워져야 한다 ”

Concept

이제 나를 힘들게 하던 주거불안과 이별합니다

with SH

가장. SH운 이별.

가장 쉬운, <가장 SH운 이별> 캠페인



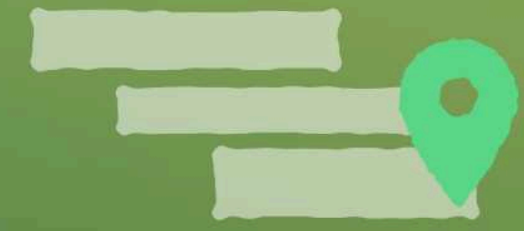
어디로 가야하지?



이 다음은?



여기가 맞나?



여긴 별문



여긴 어디



여기가 괜찮나?

with SH
가장.
SH운
이별

Concept

청년의 주거불안과의 이별을 돕는 SH

- 쉬운 이별 → 주거 불안과의 작별이 쉬워지다
- SH다운 이별 → SH를 통해 주거 불안을 끝내다

IMC Map



청년이 SH와 함께라면

주거 불안과의 이별이 쉬워진다!

게릴라 포스터 OOH

수신인 미정 이별 사유서

지하철 문 래핑

주거불안, 계약 종료

주거불안 심리 테스트

이별 SH그널 테스트

쿵야 레스토랑 X SH

생각보다 SH운 청약

웹예능 콘텐츠

집 보러 왔SH

카카오맵 X SH 콜라보

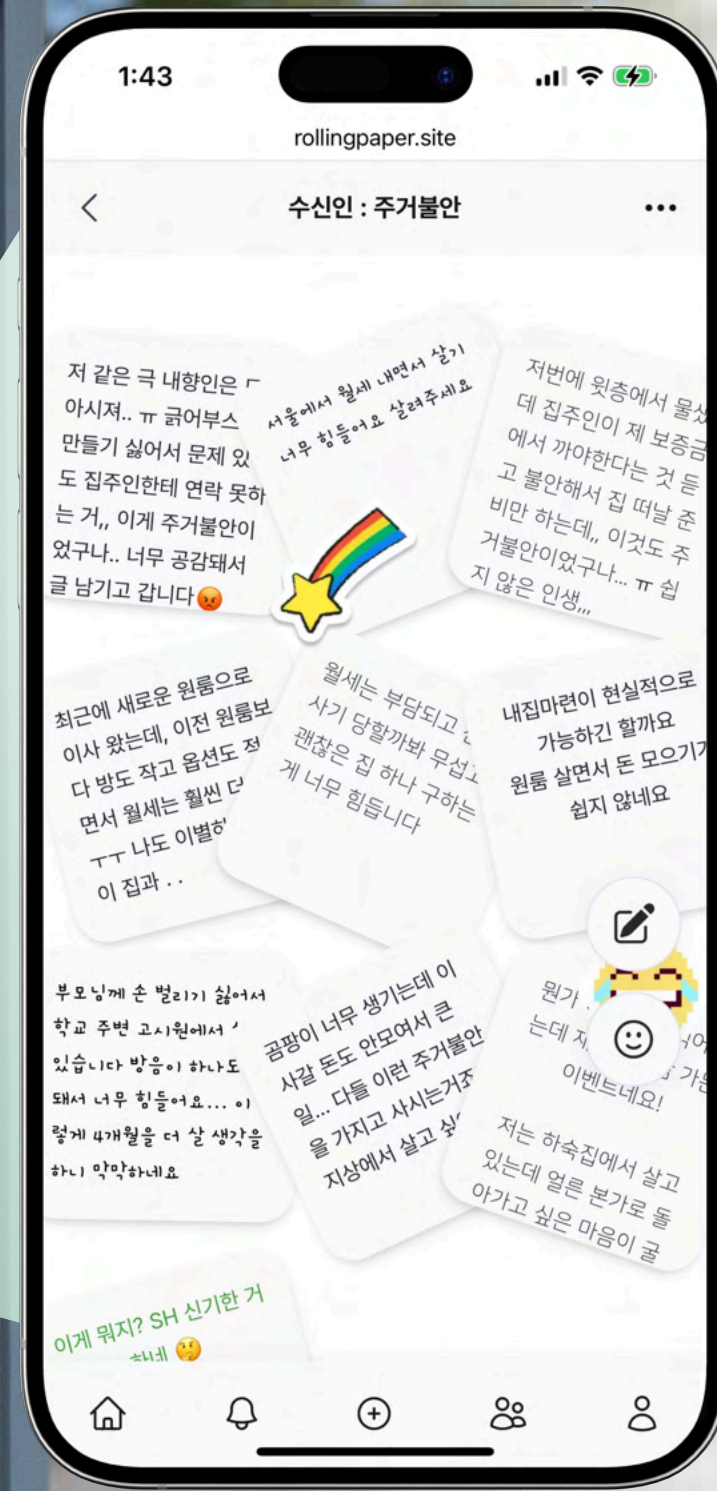
가장 SH운 이별 로드맵

네이버 웹툰 X SH

이별 상담사, SH

수신인 미정 이별 사유서

커뮤니티 화면



IDEA

1. 주거 불안과 이별하고 SH로 환승하게 된 '이별 사유'를 담은 시리즈형 포스터를 제작해 대학교 게시판과 대학가 전봇대 등 청년 밀집 공간의 오프라인 게시판에 부착한다.
2. 포스터 하단에 QR 코드를 삽입해, 청년들이 자신의 주거 불안 경험을 직접 작성할 수 있는 온라인 게시판으로 연결되도록 한다.

EFFECT

1. 청년들이 겪는 주거 현실을 '이별 사유'라는 공감 가능한 메시지로 전달해 주목도를 높인다.
2. QR 활용 사연 참여를 통해 주거 불안에 대한 공감과 확산을 유도하고, SH 공공주택을 주거 불안의 현실적인 대안으로 자연스럽게 인식하도록 만든다.

주거 불안, 계약 종료

IDEA

1. 청년층의 통학과 출퇴근 동선과 맞닿아 있는 지하철 출입문 랩핑 광고를 집행한다.
2. 주거 불안을 이루는 요소들을 계약서 형식으로 나타내, 청년들이 체감하는 주거 불안의 압박감을 시각적으로 표현한다.
3. 지하철 문이 열리고 닫히는 순간, 해당 계약서가 찢어지는 듯한 효과가 나타나며 '주거 불안과의 이별'이라는 메시지를 직관적으로 전달한다.
4. 또한, 창문의 QR코드를 통해 현재 자신의 주거불안 수준을 점검할 수 있는 '이별 SH그널 테스트' 페이지로 연결되도록 설계한다.

EFFECT

1. 출퇴근 시간 반복 노출되는 지하철 매체 특성을 활용하여 주거 불안 메시지의 도달률을 높이고 SH에 대한 인지도를 제고한다.
2. 열리고 닫히는 지하철 출입문을 활용한 독특한 구성으로 오프라인 접점에서 문제의식(주거불안)과 해결책(SH)으로 이어지는 자연스러운 흐름을 유도한다.
3. 지하철 이용 청년이 주거 불안 상황을 직접 체크하게 함으로써, 오프라인 광고와 디지털 진단을 유기적으로 연결하고 실제 서비스 참여를 이끌어낸다.



이별 SH그늘 테스트

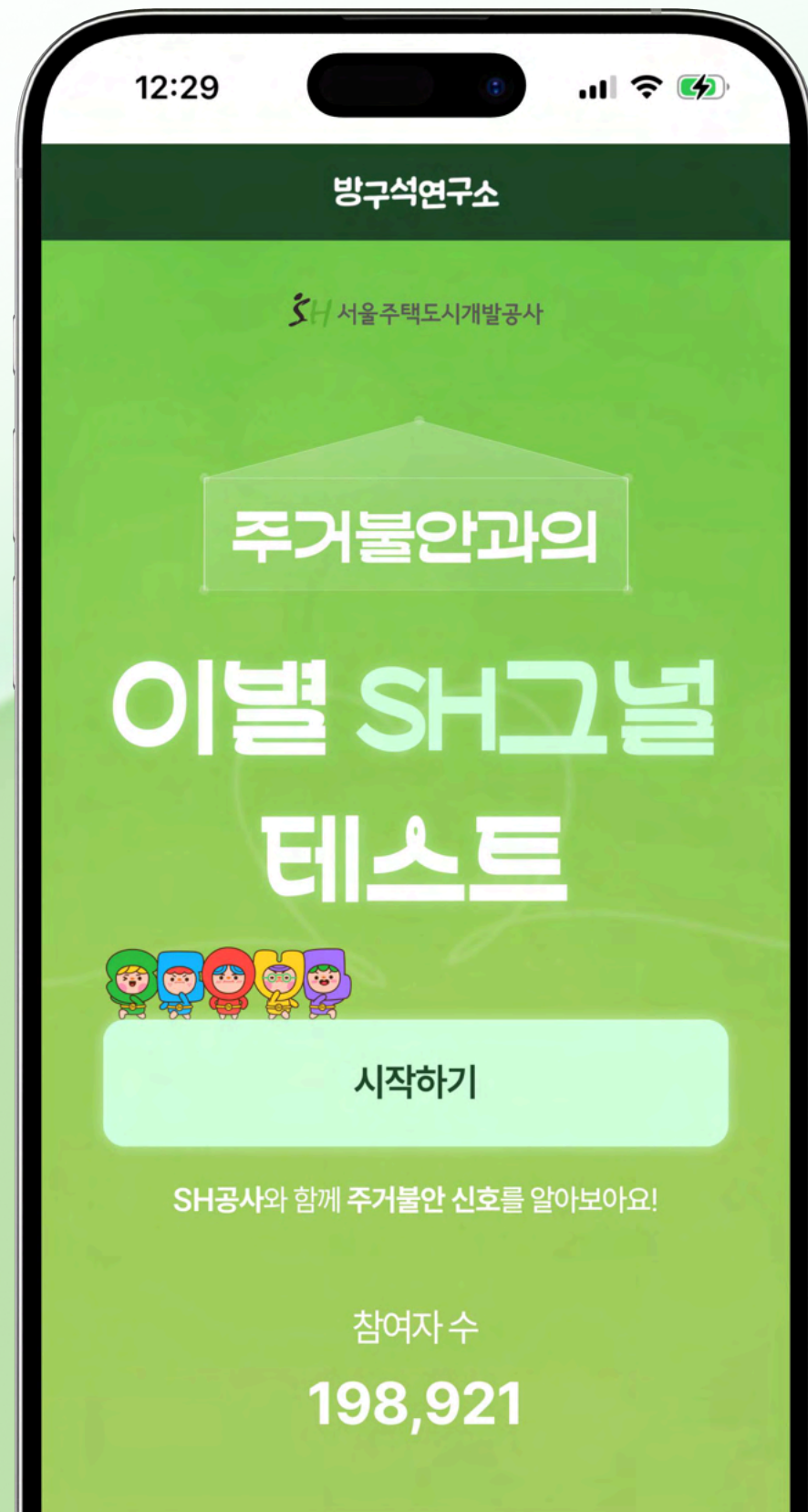
IDEA

1. 심리테스트 사이트 '방구석연구소'와 협업하여 '이별 SH그늘 테스트' 콘텐츠를 제작한다.
2. 사용자는 일상 속 주거 상황에 대한 질문을 보며 두 가지 선택지 중 하나를 선택한다.
3. 결과 페이지에서는 주거 불안 레벨에 따른 유형과 그에 맞는 해결 방법을 안내하며 자연스럽게 SH 공공주택을 대안으로 제시한다.
4. 결과 화면 하단에 CTA 버튼을 배치하여 모의 청약 시뮬레이션 페이지 및 실제 SH 청약 사이트로 이동할 수 있도록 설계한다.

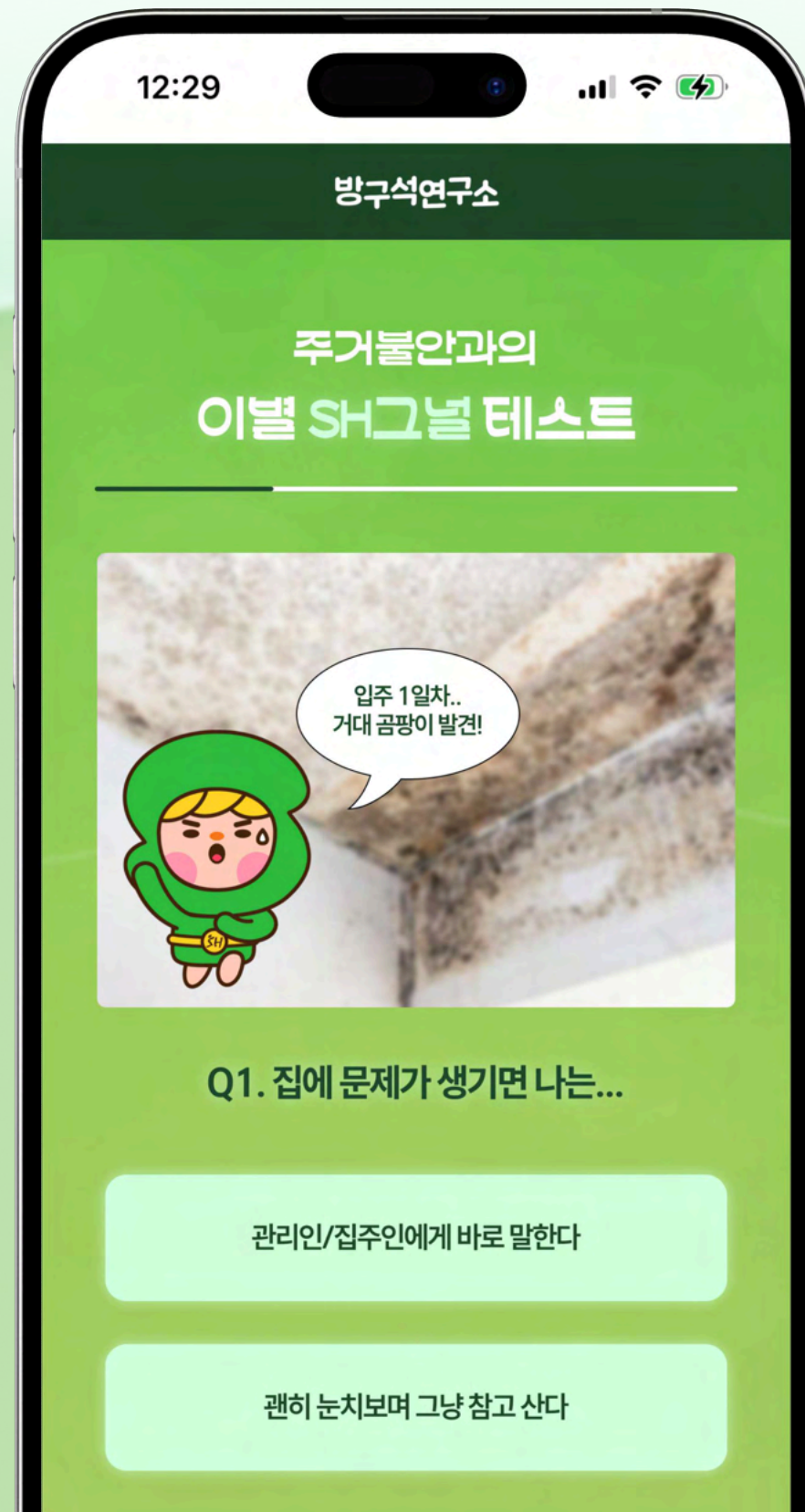
EFFECT

1. 일상 속 상황을 기반으로 한 질문을 통해, 주거 불안을 문제로 자각하지 못했던 타깃이 자신의 주거 상태를 객관적으로 돌아보도록 만든다.
2. 테스트 결과에서 주거 불안의 해결 방법으로 SH를 제시함으로써, SH가 주거 문제 해결을 위한 실질적인 대안임을 인식하도록 한다.
3. '테스트 참여 → 결과 확인 → 모의 청약 시뮬레이션 → 실제 청약'으로 이어지는 행동 전환 퍼널을 자연스럽게 형성한다.

시작 화면



진행 화면



결과 화면



생각보다 SH은 청약

IDEA

1. 쿡야레스토랑즈 캐릭터와 협업하여 청약 신청 과정을 단순화한 미니게임 콘텐츠를 제작한다.
2. 쿡야캐릭터가 레스토랑 2층에 거주하며 주거 불안을 겪게 되는 스토리를 기반으로, 새로운 집을 찾는 과정 속에서 청약 절차를 미니게임 형태로 체험할 수 있도록 설계한다.
3. 게임 플레이 이후에는 실제 SH 청약 사이트로 이동할 수 있는 링크를 연결하여, 게임 경험이 실제 청약 참여로 이어지도록 유도한다.

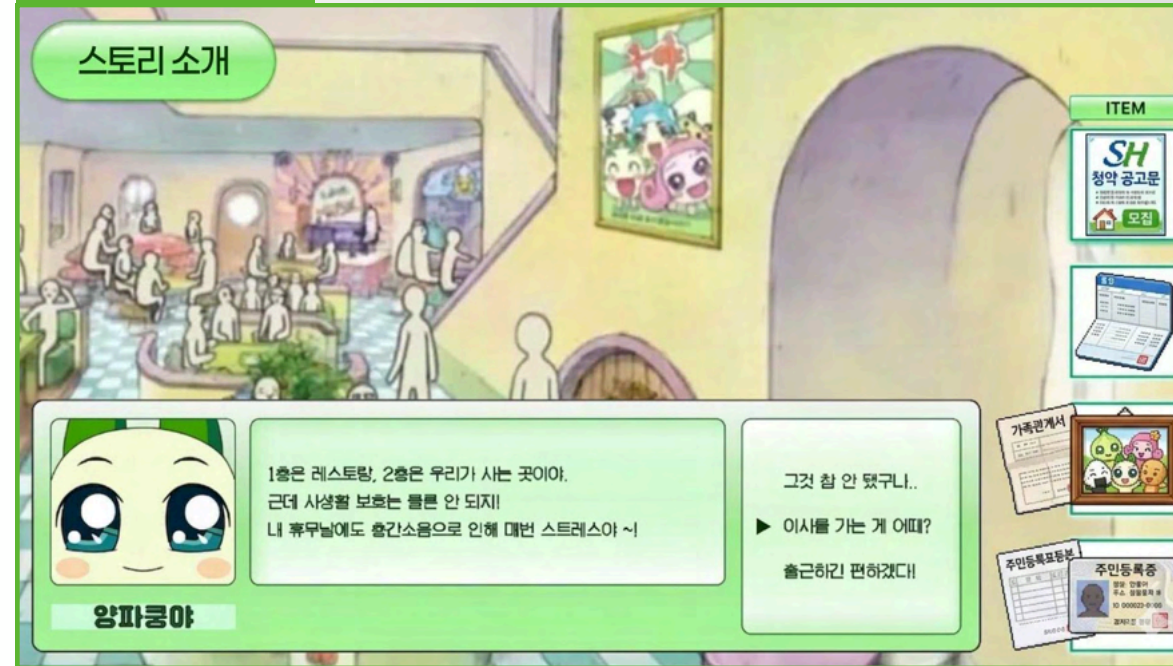
EFFECT

1. 청년 세대에게 친숙한 캐릭터 IP를 활용해 SH 공공주택에 대한 친밀도를 높일 수 있다.
2. 인지 단계에서 주거 불안을 자각한 타깃에게, 이를 해결할 수 있는 현실적인 대안으로 SH 공공주택을 자연스럽게 인식시키는 계기를 마련한다.
3. 복잡하게 느껴졌던 청약 절차를 게임을 통해 간접 체험하게 함으로써, 청약 과정에 대한 심리적 부담을 완화하고 실제 청약 참여로의 행동 전환을 유도할 수 있다.

'쿡야레스토랑즈' 협업 POINT

1. 쿡야레스토랑즈는 레스토랑 공간을 중심으로 캐릭터들이 함께 생활하는 세계관을 가지고 있어, 캐릭터의 거주 공간과 생활 환경에 대한 스토리 확장이 가능한 IP이다.
2. 특히 쿡야캐릭터들이 레스토랑 2층에 거주하며 겪는 주거 공간의 불편함과 주거 불안 상황을 스토리로 설정함으로써, 청년들이 실제로 겪는 주거 고민을 캐릭터 서사로 자연스럽게 풀어낼 수 있다.

인게임 화면



엔딩 화면



📍 공식 유튜브 채널 웹예능 콘텐츠

집 보러 왔SH

IDEA

SH 공공주택 입주자의 집을 직접 방문해 실제 거주 경험을 소개하고 집의 가치를 리뷰하는 웹예능 콘텐츠를 제작한다.

1. 매 에피소드마다 서울 지역 중 한 곳을 선정하고, 해당 지역의 SH 공공주택 입주자를 사전에 모집한다.
2. MC가 직접 입주자의 집을 방문해 기존 주거환경과 이별하고 SH 공공주택을 선택하게 된 이유와 실제 거주 경험에 대해 인터뷰를 진행한다.
3. 리뷰 이후에는 입주자가 추천하는 집 주변의 핫플레이스를 함께 방문한다. 이를 통해 SH 공공주택의 내부 환경뿐만 아니라 주변 생활 환경까지 자연스럽게 소개한다.
4. 콘텐츠 마지막에는 MC가 '오늘의 SH 집 한 줄 총평'을 통해 주거 만족도와 비용 대비 가치를 종합적으로 평가하며 에피소드를 마무리한다.

EFFECT

1. 웹예능 형식의 콘텐츠를 통해 SH 공공주택을 친근한 방식으로 소개하여 실제 입주자의 집을 방문하고 거주 경험을 인터뷰하는 과정을 통해 SH 공공주택의 실제 주거 환경과 장점을 생생하게 전달할 수 있다.
2. 특히 집 내부뿐만 아니라 주변 생활 환경까지 함께 소개함으로써 청년들이 중요하게 고려하는 생활 인프라 요소까지 확인할 수 있도록 돕는다.

이를 통해 공공주택에 대한 부정적인 편견을 줄이고, SH 공공주택을 청년들에게 현실적인 주거 대안으로 인식시키는 계기를 마련할 수 있다.



카카오맵 X SH : 전용 탭 생성

가장 SH운 이별 로드맵

IDEA

1. 카카오맵과 협업해 앱 내 SH 전용 탭을 생성하고, 사용자 주변의 SH 공공주택을 지도에 노출한다. 실시간 모집 중인 공공주택은 컬러 아이콘으로 표시해 지원 가능한 주택을 직관적으로 구분할 수 있다.
2. 탭을 클릭하면 주택 정보와 청약 일정을 확인할 수 있으며, 하단 배너의 CTA 버튼을 통해 SH 청약 페이지로 연결된다.
3. 카카오맵 메인 배너를 활용해 해당 레이어로 유입을 유도한다.

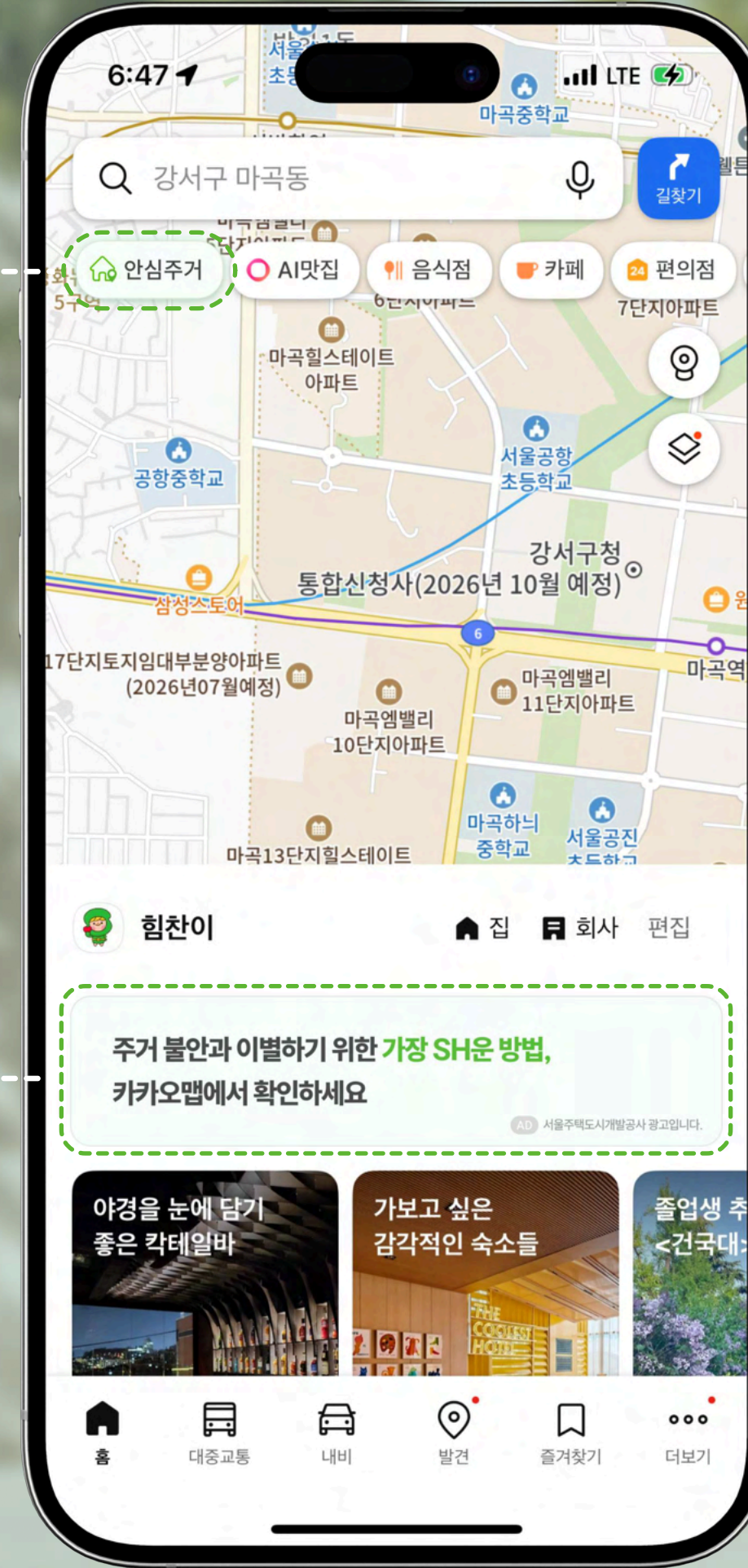
EFFECT

1. 다양한 SH 공공주택 위치를 제시함으로써, 가까운 생활권 내에 주거 불안을 해소할 수 있는 선택지가 존재한다는 사실을 직관적으로 인지하도록 한다.
2. 타겟이 일상적으로 사용하는 지도 앱 내에서 공공주택 정보를 제공함으로써, 청약 정보를 탐색하는 과정의 접근 장벽을 낮출 수 있다.

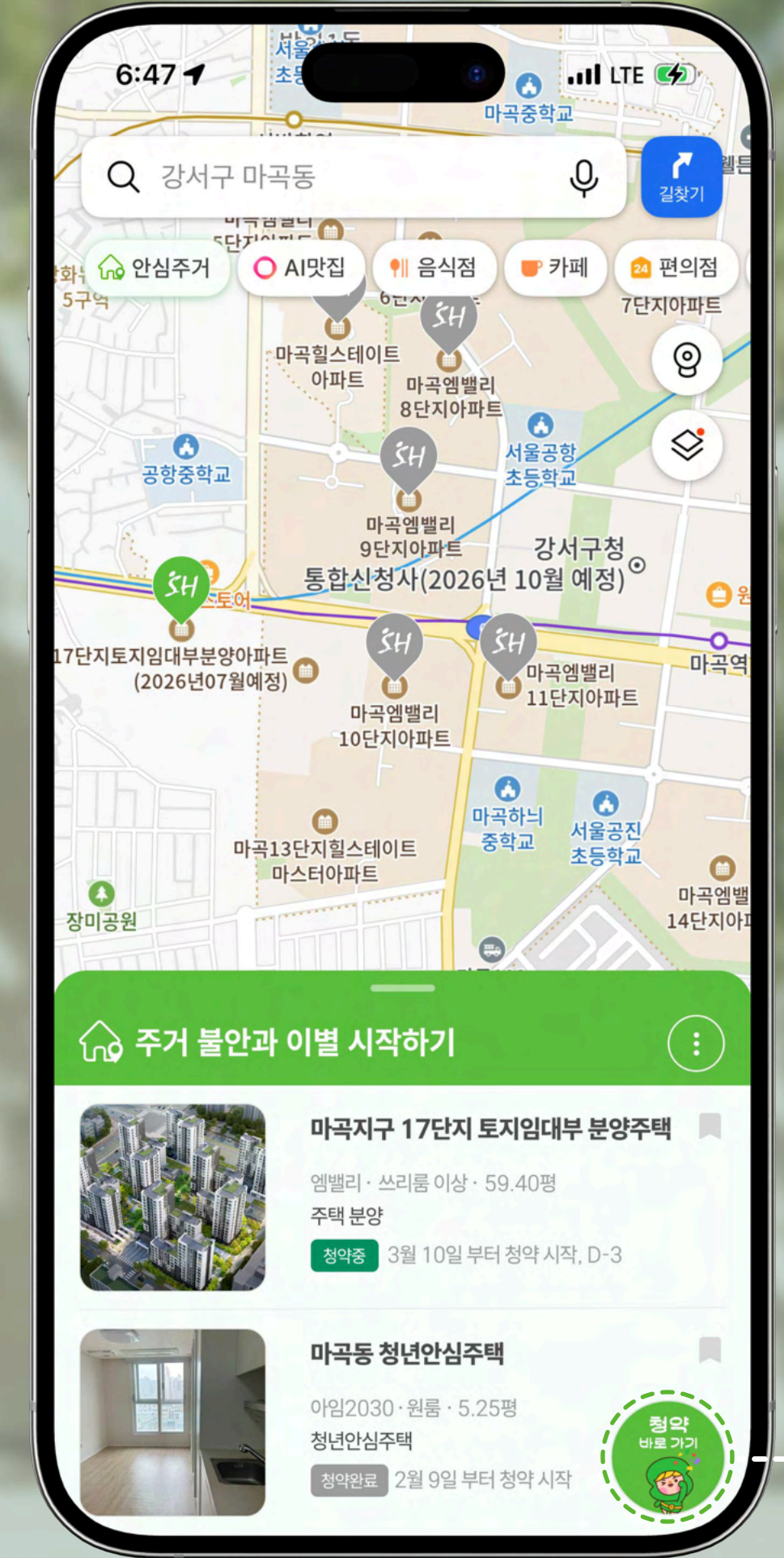
'카카오맵' 협업 POINT

'카카오맵'은 현재 지도 앱 시장에서 상대적으로 점유율이 낮은 상황으로, SH 공공주택 정보 확산과 동시에 카카오맵의 사용자 유입과 플랫폼 활용도 제고에 기여하는 상호 협업 제안이 될 수 있다.

전용 탭



카카오맵 메인 배너 광고



CTA 버튼

네이버 웹툰 X SH: 릴레이 웹툰

이별 상담사, SH

IDEA

1. 청년의 주거 생활을 다루는 네이버 웹툰 작가들과 협업하여, '주거 불안과의 가장 SH운 이별'을 주제로 한 옴니버스 형식의 브랜드 웹툰을 연재한다.
2. 각 에피소드는 서로 다른 주거 고민을 가진 청년의 이야기를 중심으로 전개되며, 웹툰 속 주인공이 '주거 불안 이별 전문가 SH'를 통해 해결 방안을 찾는 결말로 마무리된다.
3. '이별 SH그늘 테스트' 페이지로 연결되는 웹툰 하단 배너 광고를 삽입한다.

EFFECT

1. '웹툰'이라는 친숙한 콘텐츠 형식을 활용함으로써, SH가 가진 제도 중심의 딱딱한 이미지를 완화하고 타겟에게 보다 친근한 브랜드로 인식될 수 있다.
2. 청년들이 공감하는 주거 문제를 바탕으로, 복잡하게 느껴지는 공공주택 제도를 쉽고 직관적으로 이해하도록 돕는다.
3. '이별 SH그늘 테스트' 페이지로 연결되는 배너 광고를 통해, 독자가 SH 공공주택 제도 및 입주 신청 정보를 자연스럽게 접할 수 있도록 하여 행동 가능성을 높인다.



웹툰 외부 중앙 배너 광고

웹툰 내부 하단 배너 광고



이제, 주거불안과 가장 SH운 이별하세요!

이제 나를 힘들게 하던 주거불안과 이별합니다

with SH

가장, SH운 이별

가장 쉬운, <가장 SH운 이별> 캠페인

캠페인 요약 <가장 SH운 이별>

청년 세대에게 주거가 삶의 안정을 주는 기반이 아닌 '주거 통제권 상실'과 '우울감'을 초래하는 근본 원인이 된 상황을 직시하여, SH공사를 단순한 '일방향적 공급자'에서 청년들의 주거 불안 해소 과정을 함께하는 '능동적 파트너'로 재정의합니다. 공급 물량이나 당첨 결과만을 강조하던 기존의 결과 중심 커뮤니케이션에서 벗어나, 복잡한 절차와 심리적 거리감이라는 장벽을 허무는 '과정 중심'의 커뮤니케이션으로 전환함으로써 청년들이 주거 불안과 작별하고 삶의 주도권을 회복할 수 있도록, 가장 '쉽고 SH답게' 다가가는 <가장 SH운 이별> 캠페인을 전개하고자 합니다.

캠페인 기대효과

이번 캠페인을 통해 청년들은 공공주택을 단순히 '당첨되어야 하는 결과물'이 아니라 '나의 주거 불안을 실질적으로 해결해주는 친근한 선택지'로 인식하게 될 것입니다. 정보의 비대칭성과 복잡한 절차로 인해 멀게만 느껴졌던 제도적 문턱을 낮춤으로써, 청년들이 주거 정책에 느끼는 심리적 거리감과 불신을 해소하고 공공주택을 자신의 삶을 안정적으로 꾸러가기 위한 현실적인 대안으로 받아들이는 계기가 될 것입니다.

나아가 SH공사는 일방적인 정보 전달자에서 벗어나 청년의 주거 여정을 함께 고민하는 파트너로서 브랜드 신뢰도를 공고히 하게 됩니다. 불안정한 주거 속에서 수동적인 선택을 강요받던 청년들에게 '주거 통제권'이라는 능동적인 가치를 제시함으로써, 사회적 고립과 우울감을 야기하는 주거 문제 해결의 구심점이자 청년들의 삶의 질을 실질적으로 개선하는 든든한 조력자로 자리매김할 것입니다.